# تحديات الثورة الاعلامية عالمياً وعربياً

د. نبيل دجاني

## أ – تمهيد

«ان التطور السريع المتزايد لوسائل الاتصال الجماهيري جعل منها عنصرا اساسيا من العناصر التي تشكل هيكل المجتمع وبنيته الاجتماعية والثقافية. ويمثل هذا التطور للمجتمعات النامية – ومنها اقطار الوطن العربي – تحديا ذا وجهين: الأول، وهو الإمكانيات الضخمة التي تقدمها وسائل الإعلام المتطورة لدفع حركة التنمية الشاملة للمجتمع، وتحقيق امانيه الحضارية ثقافيا واجتماعيا واقتصاديا، ومعاونة افراد المجتمع وقطاعاته على تخطي عوائق تقدمه وتجاوزها. والوجه الثاني يتمثل في ان نقل تقنيات الاتصال الجماهيري – وهو مطلب انمائي في ذاته – قد يصحبه تأثير ضار بقيم مناهضةٍ لتطلعات المجتمعات النامية تؤدي الى تخدير الفرد والجماعة وافساد القيم الثقافية والاجتماعية الايجابية والى تسيّد ثقافات غريبة عن المجتمع تحاصره في اطار التبعية الحضارية وتحول دون تحقيق ذاتيته».

ما أوردته في هذا التمهيد هو مقدمة دليل مناقشة أعد لاجتماع خبراء البحوث الاعلامية الذي عقد في القاهرة في كانون الأول-ديسمبر ١٩٧٨ والذي نظمته المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، اليكسو، التابعة لجامعة الدول العربية. وأود في هذا البحث ان اتعرض للتحديين اللذين قدمها دليل اجتماع اليكسو لانهما يمثلان في نظري المشاكل الاساسية التي تواجه تطور الاعلام واثره في العالم العربي.

## ب – الأفاق المرتقبة لتطور وسائل الاعلام عالميا واثر هذا التطور في الحياة الانسانية

يمر العالم اليوم في مرحلة ثورة اعلامية اساسية ابرزت وسائل الاعلام كعنصر اساسي من العناصر التي تؤثر في عمل المجتمعات العالمية ونموّها وجعلت من هذه الوسائل موضوع اهتمام العلماء والمخططين في شتى المجالات الاجتماعية. وما اعنيه بالثورة الاعلامية هنا هو سلسلة تطور سريعة في وسائل الاعلام تقود الى

فرصة اختيار اوسع للفرد لانتقاء معلوماته من وسائل متعددة ، والى كمية اكبر من المعلومات الشخصية المتدفقة لكل فرد — معلومات تني حاجات الفرد الشخصية ونمط معيشته وتوافق ذوقه.

**تطور وسائل الاعلام.**

وقد كان دور وسائل الاعلام في بدء نموها ، عند انطلاق الكتابة ثم الطباعة ، دورا ثانويا ولذلك لم يحظ باهتمام ملحوظ. وبدأت اهمية هذا الدور تزداد بازدياد تسارع تطور وسائل الاعلام وترابط تطور هذه الوسائل. فتطور التصوير أدى الى تطور السينما والتلفزيون والى تطور «الفيديو» وغيره من وسائل تخزين وعرض المعلومات البصرية ، وتطور الإرسال البرقي أدّى الى تطور التلفون والحاكي ( الفونغراف ) والراديو وإلى تطور الات تسجيل ونشر المعلومات السمعية. وترابط تطور وسائل الاعلام أدى إلى الثورة الإعلامية الحالية التي ربطت وسائل الإعلام ربطاً يجعل من الصعب التفريق بينها ، بل انها وحدتها في مجال معالجة المعلومات ، وكذلك ربطها ربطاً وثيقاً بالوسائل الالكترونية الحديثة كالأدمغة الالكترونية والأقمار الاصطناعية ، كما ربطت هذه الوسائل الالكترونية بها بحيث أصبحت وسائل الاعلام والوسائل الالكترونية تكامل بعضها بعضاً ضمن نظام اتصال لا غنى لأي مجتمع حديث عنه. فالدماغ الالكتروني (أو الكومبيوتر) الذي يشكل الآن عصب أي نظام اتصال حديث ، بدأ كآلة حاسبة سريعة ، على انه تعدى ذلك ، وغدا دوره الأساسي الآن متمثلاً في إدارة المعلومات وتخزينها وكذلك في استجلاب هذه المعلومات وتوزيعها بالسرعة القصوى.

وبربط وسائل الاعلام مع الوسائل الالكترونية الحديثة وخلق نظام اتصال مبني على ترابط هذه الوسائل ينطلق العالم في ثورة اعلامية تبرز امكانيات هائلة لتطوير الحياة الانسانية. ولا بد من ذكر امثلة قليلة عما يمكن أن يوفره نظام الاتصال الجديد هذا لاعطاء القارئ فكرة بسيطة عن الامكانيات الكامنة في الثورة الاعلامية.

المجلة الأميركية الواسعة الانتشار «يواس نيوز أند ورلد ريبورت» بدأت منذ عام ١٩٧٤ بجمع اخبارها وتوضيبها بدون استعمال آلة كاتبة واحدة ، وذلك بانتقالها الى استعمال دماغ الكتروني يجمع ويوضب الأخبار التي يعدها محررو المجلة ، وكذلك ينقل هذه المعلومات الموضبة ، بما في ذلك الصور (الأبيض والأسود منها فقط في هذه المرحلة) بواسطة قمر اصطناعي ، إلى مطابع متطورة في ثلاث مدن أميركية رئيسية حيث يتم طبعها فوراً.

وفي اليابان بدأ العمل بصورة تجريبية ، في نظام يربط بين التلفزيون والجريدة والمكتبة بحيث يتمكن المشترك في هذه التجربة من استلام صحيفته اليومية بواسطة ضغط زر خاص في جهاز تلفزيونه الذي يعمل بواسطة الكابل. ويمكنه ايضا ان يطالع أي كتاب يشاء في المكتبة الرئيسية المربوطة ، بواسطة دماغ

الكتروني، في نظام التجربة. كما يمكنه ان يحصل فورا، ان شاء، على نسخة عن أية صفحة يريد من الكتاب الذي يطالعه.

وقد تم ربط التلفزيون العامل على نظام الكابل في احدى المدن الأميركية بأحد المتاجر الكبرى فأصبح بامكان المشترك في هذا النظام التسوق وهو في منزله. فبضغط زر خاص يستطيع مشاهدة ما يعرضه هذا المتجر من بضائع، وكذلك يطلب ما يشاء من هذه البضائع التي تسلم اليه في منزله خلال ساعات من طلبه.

ولمواجهة مشكلة نزوح سكان الاسكا الى مدن الولايات المتحدة سعيا وراء العلم أو وراء خدمات اجتماعية افضل، وبالتالي لمواجهة عدم عودة هؤلاء النازحين الى ولايتهم، طُوّر نظام اتصال يمكّن طلاب الجامعات أو تلاميذ المدارس في ألاسكا من الاستماع ومشاهدة الاساتذة المتخصصين في مدن اميركية رئيسية يحاضرون فيهم، بل ومن مناقشتهم فردا فردا. و كذلك اصبح بامكان اطباء متخصصين مقيمين في الولايات المتحدة ان يعاينوا المرضى في عيادات خاصة في ألاسكا يشرف عليها ممرضون متخصصون فيقوم الممرض أو المسؤول عن العيادة بعرض المريض بواسطة جهاز خاص في العيادة يمكن الطبيب من مشاهدة المريض والاستماع اليه كما يمكّنه من ارشاده ووصف العلاج له. وفي بعض العيادات يمكن الجرّاحين في الولايات المتحدة من المشاركة في عملية جراحية تجري في الاسكا عن طريق مراقبة وارشاد الجراحين المقيمين الذين يجرون العملية هنالك.

هذا بعض ما تم تطبيقه. وهنالك انظمة اتصال تم تطويرها ولم تطبق لأسباب مختلفة. فمثلا تم تطوير نوع من الاقمار الاصطناعية تدعى «الأقمار المذيعة» التي يمكن لثلاثة منها عندما تكون في مدارها حول الأرض ان تنقل برامج التلفزيون الى تسعة اعشار العالم والى اجهزة التلفزيون المنزلية مباشرة. فيتوفر للمشاهد في بيروت مثلا أن يختار البرامج التي يشاهدها من محطات تلفزيونية تبث في اميركا أو الصين أو الاتحاد السوفياتي. غير ان هذا النوع من الاقمار الاصطناعية لا يزال غير مقبول سياسيا لأخطار استعماله في حقل الدعاية السياسية، ولذلك حظرت الأمم المتحدة اطلاقه مؤقتا ريثما يتم اتفاق دولي على طرق استعماله.

**العرب والثورة الاعلامية**

ماقدمته هنا ليس الا امثلة قليلة عما يمكن ان تحققه انظمة الاتصال في الثورة الاعلامية. ويمكننا من هذا القليل من الأمثلة ان نتصور بعض ما نستطيع ان نفعله في العالم العربي لمواجهة مشاكلنا عن طريق الدخول في هذه الثورة الاعلامية. ففي لبنان، مثلاً، يمكن وضع نظام شبيه بالنظام الذي أقيم في الاسكا ليساعد على حل مشكلة النزوح إلى المدن وتجهيز القرى النائية والحدودية بالاساتذة والأطباء. كما يمكن عن طريق استعمال أنظمة اتصال حديثة معالجة مشاكل اتصال جنوب السودان وشماله أو اتصال

مناطق الجزائر بعضها ببعض أو غير هذه وتلك من مناطق العالم العربي.

وامكانيات الثورة الاعلامية في ازدياد يوميا وبشكل يصعب على عقل الانسان العادي ان يصدقه. فما تخيله عقل الدوس هكسلي في كتابه «العالم الجديد الشجاع» وعقل جورج أورويل في كتابه «عام ١٩٨٤» اللذين اعتبرهما الكثيرون خيالا واسعا في حقل الاتصال، لم يعد تخيلاً البتة اليوم، بل ان هكسلي وأورويل قد قصّرا في تصورهما امكانيات العقل البشري في ثورته الاعلامية. واذا ما حاولنا المقارنة بين الثورة الصناعية، التي تغزّل بعظمتها العالم حقبات عديدة، وبين الثورة الاعلامية وجدنا ان عظمة الثورة الصناعية هي في استعالها وخلقها كميات كبيرة من الطاقة الميكانيكية، اما الثورة الاعلامية التي نواجهها اليوم فهي تطلق كميات هائلة من «الطاقة» العقلية باستعمال كميات قليلة فقط من الطاقة الميكانيكية. وهنا يكمن التحدي الثاني الذي أود التعرض له.

### ج - مخاطر الاندفاع في الثورة الاعلامية للدول النامية

تعرض الكثيرون لاخطار الاندفاع العاطفي وراء الثورة الاعلامية لدى الدول الساعية للنمو، وكثيرون تعرضوا لحسناتها وامكانياتها الايجابية في تطوير هذه الدول ونموّها. غير أن صراع المحذرين والمتحمسين لهذه الثورة انفجر بصورة واضحة وعنيفة في المؤتمر العام لمنظمة اليونسكو الذي انعقد في نيروبي في تشرين الأول - تشرين الثاني (أكتوبر - نوفمبر) ١٩٧٦، والذي اظهر بوضوح ان المنادين بالحذر من هذه الثورة يمثلون في غالبيتهم الدول الساعية للنمو، خاصة دول عدم الانحياز، وان المؤيدين في الغالب هم الدول المتقدمة النمو، خاصة دول العالم الغربي. ولمحاولة التقريب من وجهات النظر هذه شكلت اليونسكو لجنة دولية لدراسة مشاكل الاعلام برئاسة الايرلندي شين ماك برايد، مفوض الأمم المتحدة العام في ناميبيا والحائز على جائزتي نوبل ولينين للسلام، وعضوية اشخاص يمثلون جميع الاتجاهات الدولية.

ويمثل العالم العربي فيها وزير الدولة للاعلام في تونس السيد مصطفى مصمودي والوزير المصري السابق للاعلام والثقافة السيد جمال العطيفي. وبعد اجتماعات عديدة للجنة مع خبراء اعلام يمثلون اتجاهات مختلفة، جرى خلالها نقاشات حادة، قدمت اللجنة تقريراً أولياً للمؤتمر العام العشرين لليونسكو الذي انعقد في باريس في تشرين الأول - تشرين الثاني (أكتوبر - نوفمبر) ١٩٧٨. ولما كان هذا التقرير يكتفي بعرض وجهات النظر المختلفة بشكل موضوعي ويطلب زيادة النقاش في الموضوع قبل البت فيه، فقد انفجر الصراع مرة أخرى في هذا المؤتمر، ولا يزال صداه يسمع في مختلف أنحاء العالم.

### مخاطر الثورة الاعلامية

وبما انني قد تعرضت للناحية البراقة للثورة الاعلامية في عرضي للتحدي الأول، فلا بد لي من التعرض للناحية الأخرى منها، خاصة انها تشير الى مخاطر هذه الثورة على الدول الساعية للنمو التي غالبا

ما تنغمس في استعمال وسائل الاعلام الحديثة انغماسا عشوائيا وعاطفياً.

ان الدخول في الثورة الاعلامية يتطلب استثماراً في التكنولوجيا الاعلامية الحديثة التي هي باهظة الثمن. اضف الى ذلك ان الاستعمال المفيد لهذه التكنولوجيا يتطلب تطويرها المستمر مع التطور السريع الذي يتم حاليا في هذا المجال. وهذا التطوير باهظ الكلفة ايضا، ونتيجة لذلك شهد العالم فرقاً شاسعاً بين الدول النامية والدول المتقدمة في حقل تملك التكنولوجيا الاعلامية الحديثة واستعمالها. وبما انه من غير الممكن فصل الوسائل عن المحتوى، فالذي يتمكن من الوسائل يستطيع السيطرة على المحتوى وبالتالي يمكنه استغلال استعمال هذا المحتوى.

وفي تقرير اعده السيد مصمودي بصفته عضواً في لجنة ماك برايد، وكذلك كرئيس للجنة الاعلامية لدول عدم الإنحياز، بالاشتراك مع بعض خبراء الاعلام في الدول النامية، اشار الى ان الثورة الاعلامية في نظام عالمنا الحالي الذي يتصف بالتفاوت في الامكانيات المادية والبشرية بين دول العالم أدى الى تفاوت في المجالات السياسية والقانونية والتكنولوجية، وبالتالي الى سيطرة الدول المتقدمة على الدول النامية عن طريق سيطرتها على وسائل الاعلام. فالثورة الاعلامية أدت الى جعل الدول النامية مجرد مستهلك للاعلام الذي تقدمه الدول المتقدمة، وليس كشريك في عملية تبادل المعلومات. فحوالي ٨٠ بالمئة من الأخبار والمعلومات تصدر عن وكالات اخبار في الدول المتقدمة، حتى الموجات الاذاعية واقنية استعمال الأقمار الاصطناعية تملك غالبيتها العظمى الدول المتقدمة. والانظمة المتبعة حاليا في اتحاد الاذاعيين الدولي مثلا تكرس الحقوق المكتسبة في التوزيع، فتحرم الدول النامية وخاصة المستقلة حديثا من وسائل الدفاع عن نفسها اعلاميا واسماع صوتها. وقد دعا تقرير السيد مصمودي الى التطلع لبناء نظام عالمي جديد للاعلام يكفل الاستقلال الاعلامي المشابه للاستقلال السياسي، ويكفل ايضا الغاء ظروف عدم المساواة واعادة تنظيم الاسواق الاعلامية بحيث تتمكن جميع الدول من النمو اعلاميا بأفضل ظروف استعمال مواردها الطبيعية والبشرية، وكذلك يكفل توسيع مجالات التعاون بين الدول النامية وزيادة امكانياتها. والنجاح في بناء نظام عالمي جديد للاعلام مربوط ارتباطاً وثيقا ببناء نظام عالمي اقتصادي له نفس تطلعات النظام الاعلامي الجديد واهدافه.

وخطر الثورة الاعلامية لا ينحصر في امكان سيطرة الدول المتقدمة على الدول النامية في نطاق النظام العالمي للاعلام، بل ينطلق ايضا من داخل مجتمعات الدول النامية. فليس من المستغرب ان تنغمس كثير من الدول الساعية للنمو في تحديث قطاع من قطاعات مجتمعها، كالقطاع الاعلامي مثلا، بدون الالتفات الى اثر هذا التحديث او ارتباطه بالقطاعات الأخرى في المجتمع. وبالإضافة الى عدم احداث ترابط في عملية التحديث بين القطاعات المختلفة، فان الحماسة والنخوة القومية عند النخبة الحاكمة في هذه الدول غالبا ما تدفعانها الى تبني تكنولوجيا باهظة الثمن في تحديثها لأي قطاع، مما يؤدي، في معظم الاحيان،

الى حرمان المجتمع من حاجات انمائية اساسية. كما ان الدول النامية تتوجه عادة الى ابدال مؤسساتها القديمة بمؤسسات مشابهة لمؤسسات الدول المتقدمة لا الى تحديث مؤسساتها القديمة. ويتم هذا التبني و«التحديث» عادة نتيجة لنصائح «خبراء» اجانب هم، في اكثر الأحيان، اما ممثلون لشركات او حكومات لها غاية أو منفعة من بيع نوع من انواع التكنولوجيا الى الدول النامية، او انهم لا يلمون بخصائص البلد النامي وتقاليده، فتأتي نصائحهم مبنية على خصائص البلدان التي يأتون منها وتقاليدها ومصالحها.

وتشير الوقائع الى ان الدول الساعية للنمو تستثمر مواردها عادة في انشاء مؤسسات تعتقد انها ترفع من مركزها القومي، كإنشاء مؤسسة قومية للطيران أو مؤسسة للبث التلفزيوني مما يحرم المجتمع النامي من استثمارات ضرورية في مؤسسات أساسية وان تكن أقل بروزا للعيان، كشبكة المواصلات الداخلية او وسائل الاتصال التقليدية. فلبنان، مثلا، اعتمد التلفزيون عام ١٩٥٩ قبل ان تتوفر لهذه الوسيلة الاعلامية المقومات الاجتماعية والتقنية اللازمة لانطلاقها انطلاقا مفيدا لمجتمعها، كانشاء معهد للتمثيل والانتاج التلفزيوني، ومدرسة لتعليم تقنية التلفزيون. فكانت النتيجة ان اعتمدت هذه الوسيلة اعتمادا شبه كامل على البرامج المقننة وعلى التقنيين الأجانب وكان الإنتاج المحلي، على قلته، ركيكا لا قيمة له ان لم يكن مضرا.

وعندما ارادت وزارة البريد اللبنانية تحديث جهاز توزيع البريد فيها اشترت آلة الكترونية باهظة الثمن لفرز البريد كالتي تستعملها الدول المتقدمة فبقيت حوالي سنتين بدون استعمال لعدم توفر الاخصائيين المدربين على استعمالها. وبعد تدريب موظفين لبنانيين لاستخدام هذه الآلة اكتشفت الوزارة انها تحتاج الى تطبيق نظام جديد للعناوين في لبنان يعتمد على الأرقام لاستعمال هذه الآلة.

وفي زيارة قصيرة الى إحدى العواصم العربية، منذ سنوات قليلة، كمستشار اعلامي موفد من المنظمة الدولية للأغذية، شاهدت آلات ضخمة وحديثة مهملة إمّا لعدم توفر الاخصائيين في استعمالها او لانه تنقصها قطع غيار لم يفطن المسؤولون عن شراء هذه الآلات الى الحاجة اليها عند وضع ميزانية الشراء.

وكذلك سيطلق قريبا قمر اصطناعي عربي تقرر شراؤه في اجتماع عقد منذ سنوات لوزراء اعلام الدول العربية بهدف توثيق الروابط الحضارية والاعلامية بين الدول الأعضاء في جامعة الدول العربية عن طريق تبادل البرامج الإذاعية الصوتية والمرئية وتحسين الاتصال بواسطة الهاتف والتلكس بين هذه الدول. وقد تم رصد معظم الأموال اللازمة لهذا المشروع، وكلفت شركات المانية غربية باعداد الدراسات والتصاميم، وتمت معظم التجهيزات الفنية لاطلاق هذا القمر. غير ان الدول العربية لم تستطع حتى الآن الاتفاق على كيفية استعمال هذه الوسيلة للتبادل الثقافي الحضاري الذي كان الهدف الأساسي لاطلاق هذا القمر.

### المؤسسات وتقليد الدول المتقدمة

الأمثلة كثيرة على ما تقدم. والخطورة لا تكمن فقط في اعتماد الدول النامية تكنولوجيا لاتحتاجها او تكنولوجيا مر عليها الزمن (تريد الدول المتقدمة التخلص منها) بل ايضا في تبني مؤسسات الدول النامية، العامة منها والخاصة، لمشاكل لها علاقة ثانوية بمجتمعاتها لمجرد ان مؤسسات الدول المتقدمة تهتم بهذه المشاكل. والخطورة المقابلة لهذه والناتجة عنها هي في اعطاء هذه المؤسسات أهمية ثانوية لمشاكل مجتمعها الأساسية. وكذلك تكمن الخطورة في تبني المؤسسات مبادئ ووجهات نظر تضر بثقافة مجتمعها وتناقض قيمه وتسيء إلى أهدافه وجهوده الانمائية لمجرد ان هذه المبادئ وجهات نظر رائجة ومعتبرة في الدول المتقدمة. فحتى سنوات قليلة قبل انعقاد مؤتمر اليونسكو في نيروبي، كانت معظم المؤسسات الاعلامية في الدول النامية تتبنى وجهات النظر الغربية في مفهومها لدور وسائل الاعلام في المجتمع. فمبدأ «حرية الصحافة» ومبدأ «خطر الرقابة»، مثلاً، وحتى مبدأ «حرية انسياب المعلومات» كان مفهومها المقبول لدى المؤسسات الاعلامية في الدول النامية هو: «حرية الصحافة في الانفلات من تنظيمات الدولة» و«خطر الرقابة من قبل الدولة» و«حرية انسياب المعلومات بين الدول والجماعات بدون تنظيم أو تخطيط من قبل الدولة». فكانت نتيجة تبني وجهة النظر هذه ان وجهت المؤسسات الإعلامية في الدول النامية جهودها نحو إيجاد نظام إعلامي بعيد عن تدخل الدولة. فأي دعوة لتدخل الدولة في تنظيم شؤون وسائل الإعلام كانت تنعت إما بالديكتاتورية أو بالشيوعية. وأهملت المؤسسات الالتفات إلى أخطار أخرى هي بأهمية خطر تدخل الدولة في وسائل الاعلام ان لم تكن أكثر أهمية بالنسبة للدول النامية، كخطر التدخل السياسي والاقتصادي، المحلي والأجنبي، في عمل المؤسسات الاعلامية. كما ان حماية المؤسسات الاعلامية في تبني المفهوم الغربي لدورالإعلام الهتها عن الالتفات إلى أخطار الاستعمار الاعلامي – إلى أخطار سيطرة الدول المتقدمة لا على وسائل الاتصال فحسب بل على ما تحويه هذه الوسائل من معلومات بالإضافة إلى سيطرتها على طريقة معالجة هذه المعلومات. وهذه السيطرة أدت في معظم الأحيان إلى إيقاع الدول النامية في شرك الانشغال بمسائل تعود بالفائدة على الدول المتقدمة بالدرجة الأولى.

ان النقد الموجه للثورة الاعلامية ضمن النظام الاعلامي الحالي في العالم يجب ألاّ يفهم منه القول برفض الوسائل او التكنولوجيا الاعلامية الحديثة. فبدون الاستعمال المتزايد للتكنولوجيا الحديثة لا يمكن حل العديد من المشاكل التي تواجهها المجتمعات النامية. ولا يمكن ايضا تجاهل الإمكانيات الضخمة التي يوفرها استعمال هذه التكنولوجيا. غير انه لا بد للدول النامية من الحذر من حماسة الدول المتقدمة لاستعمال هذه التكنولوجيا، ولا بد لها ان تعي مساوئها الممكنة قبل تبنيها. فنقل التكنولوجيا الحديثة الى الدول النامية هو في مجمله تصدير لتكنولوجيا الدول المتقدمة التي تعكس الأوضاع الإجتماعية والإقتصادية لجزء واحد من العالم هو «العالم المتقدم»، أو ما يسمى بالعالم الأول، والتكنولوجيا الحديثة عادة تهدف الى زيادة فعالية

رأس المال أكثر من زيادة فعالية اليد العاملة. وكذلك فإن هذه التكنولوجيا أو الوسائل الحديثة تخلق في اغلب الأحيان الاعتماد على الرأسمال الأجنبي وعلى مصادر تمويل أجنبية، وبالتالي على اذواق وتوقعات أجنبية.

**د – الإعداد العربي اللازم للدخول في الثورة الاعلامية: الحاجة الى تفكير وتخطيط ناقد**

السؤال الذي لا بد لدول العالم العربي من مواجهته هو: هل يمكن (وكيف يمكن) استعمال وسائل الاعلام الحديثة في أوجه غير التي تستعمل بحيث يتمكن هذا العالم – على مستوى الدول وكذلك على مستوى الأفراد – من المحافظة على المزايا الحضارية المختلفة، ومن زيادة امكانيات الضعيف والفقير، وحتى الجاهل، في المشاركة الفعالة في القرارات التي تؤثر في حياته، مجتمعا كان أم فردا؟ وأشدد هنا على ضرورة عدم التفريق بين العدالة الدولية والعدالة الإجتماعية. فسعي الدول العربية من أجل انشاء نظام اعلامي جديد على مستوى عالمي يكفل مشاركتها في توزيع الأقنية الاعلامية وتمثيل حكوماتها في مجالس مؤسسات نشر المعلومات العالمية وتوزيعها، يجب ان يوازيه سعي لخلق نظام اعلامي عادل على مستوى المجتمعات ايضا. فالحقائق تشير الى تزايد الهوة بين ما نعلمه عن المشاكل والتحديات التي تواجه الإنسان في مجتمعاتنا النامية، وبين ما نستطيع ان نفعله تجاهها. ولزيادة امكانياتنا في التحكم بهذه المشاكل والتحديات لا بد لنا من ادراك المعضلة الأزلية التي تواجه مجتمعاتنا في اختيارها بين الفعالية والعدالة، بين التأثير والحرية، واخيرا بين حتمية معيشة الفرد في نطاق مجموعة انظمة اتصال وبين حاجته الى الخلوة الذاتية (privacy) التي هي اساس لأي ابداع أو حرية.

ولا بد للدول النامية من أخذ العظة من الماضي الحديث. فالاربعينات والخمسينات من هذا القرن سجلت صراع الدول النامية من أجل حصولها على الاستقلال السياسي، تماما كما تسجل حقبتنا الحاضرة صراع هذه الدول للحصول على استقلالها الإعلامي. ان علينا ان نتعظ من اخطاء الماضي فلا نواجه عند حصولنا على استقلالنا الاعلامي ما واجهناه عند حصولنا على استقلالنا السياسي: فراغ وعدم مقدرة على المحافظة على استقلال مجتمعاتنا في تسيير أمورها الانمائية. وما أخشاه هو ان نرى انفسنا، وقد حصلنا على استقلالنا الاعلامي على المستوى الدولي، غير مستعدين على مستوى المجتمع. ان الثورة الاعلامية تؤدي الى زيادة كميات المعلومات، مما يزيد الحاجة الى الاختيار، والى الرؤيا الصافية والناقدة معاً. ومن هذه الرؤيا تنبعث امكانيات المجتمع النامي للإبداع والتجديد. وكذلك، فإن فيها ضمانة للمجتمع للحصول على المعلومات الضرورية ولاستيعاب هذه المعلومات واستعمالها، وضمانة للتمكن من السيطرة على التكنولوجيا الحديثة وعلى المعلومات المنسابة الى المجتمع بدلا من سيطرة هذه التكنولوجيا وهذه المعلومات على مجتمعاتنا النامية كما يتم الآن.

ان المهمة الأساسية للدول العربية هي اشراك الشعب بصورة أكثر فاعلية في القضايا الاقتصادية والوطنية، وزيادة مهارة الأفراد ومعرفتهم، وتعزيز ارتباط بعضهم ببعض في اطار الدولة الواحدة، ومساعدتهم على اكتشاف هويتهم الحضارية والشخصية في سعيهم نحو التنمية الوطنية.

والمجتمعات العربية تحتاج الى مزيد من التنسيق بين السياسات والنشاطات المختلفة لوسائل الاعلام لا داخل القطر فقط بل بين الأقطار العربية فيما بينها، وتحتاج ايضا الى سياسات وخطط اعلامية توفر نظاما للمشاركة العامة في وسائل الاعلام يجري ضمن قناتين: من الحكومات الى الجماهير وبالعكس. فلا يقتصر دور وسائل الاعلام ضمن نظام المشاركة هذا على بث المعلومات فقط بل يتعداه الى امداد المواطن العادي بالمعلومات والآراء الكافية ليساهم بدوره مساهمة ذكية في مجتمعه. وعلى هذا النظام ايضا استعمال وسائل الاعلام بشكل أوسع في حقل التربية والتنمية، عن طريق تخصيص اقنية خاصة وثابتة للبرامج التربوية والانمائية او عن طريق ادخال هذه البرامج ضمن البرامج والاقنية الحالية الناجحة، مع عدم سماح تطور هذا الاستعمال الى نظام استعمار اعلامي او ثقافي جديد بسبب انعدام مقدرة الدول العربية على التخطيط.

وكذلك فإن على البرنامج الاعلامي في مجتمعات العالم العربي المتغيرة. ان يحتوي على سياسات وخطط اعلامية ديناميكية تأخذ بعين الاعتبار الحاجات الاعلامية المتغيرة للمجتمع والامكانيات الحقيقية لوسائل الاعلام فيه وأثر تنميتها على الوضع الاقتصادي والإجتماعي والخلقي.

وأود هنا أن أشدد على ضرورة الفصل بين فكرتي «السياسة الاعلامية» و«التخطيط الاعلامي» من جهة، وفكرتي الرقابة أو التقييد والتوجيه من جهة أخرى. ان ما أقصده هو السياسة الاعلامية والتخطيط الاعلامي اللذين يسعيان لتأكيد حرية التعبير عند الفرد وحرية الوصول الى وسائل الاعلام. واقصد ايضا السياسة والتخطيط اللذين يتوجهان الى سد حاجات التنمية الوطنية.

**توجيه السياسات الإعلامية.**

ان السياسات الإعلامية هي مجموعة مبادىء وقواعد وضعت لترشد الانظمة الإعلامية في سلوكها(*) وتوجيهها اساسي وطويل المدى وقد تكون له آثار عملية مباشرة او على المدى القصير. واعداد السياسات الاعلامية ينطلق في آن واحد من تحليل الممارسات القائمة والتعرف عليها، ومن صياغة مبادىء وقواعد جديدة ملائمة لبلوغ اهداف مرغوب فيها.

والسياسات الإعلامية قد تكون عامة جداً، على شكل مبادىء واهداف مرغوب فيها، او تكون اكثر

---

(*) استند في ما يلي من هذه الدراسة على تقرير شاركت في وضعه لمنظمة اليونسكو: «تقرير اجتماع الخبراء في حقل السياسات الاعلامية والتخطيط»، اليونسكو، باريس ٧ كانون الأول-ديسمبر، ١٩٧٢.

تحديدا والزاما. ويمكن ان تصاغ هذه السياسات على عدة مستويات فقد تدمج في دستور او شرائع بلد ما، أو في السياسات الوطنية العامة، او في توجيهات الإدارات الفردية، أو في المبادىء والآداب المهنية، او قد تدمج في صلب عمل بعض الأنظمة الإعلامية، الحكومية منها وغير الحكومية. ومن الممكن ايضا أن تتفاوت أبعاد هذه السياسات الإعلامية فتكون عالمية، أو اقليمية، أو قومية، أو محلية.

## التكنولوجيا وتشابك وسائل الاعلام

وبما ان وسائل الاعلام المختلفة يرتبط بعضها ببعض في تطورها كما هي ترتبط بمختلف انظمة الاتصال فانه من الضروري البحث في تنسيق ارتباط هذه الوسائل لزيادة الفوائد الاقتصادية وزيادة فعالية الوسائل ادارياً واستجابتها لمواجهة الأهداف الانمائية. وتبرز هنا مصاعب اساسية في الدول العربية لان وسائل الاتصال فيها لا تنتظم عادة في قطاع واحد بل تتكون من وسائل ومؤسسات منفصلة، بعضها له طابع خاص وبعضها الآخر طابعه عام، فالراديو في العالم العربي هو مؤسسة عامة بينما الصحافة المكتوبة، ولحد ما التلفزيون، ليس لها هذا الطابع العام في أغلب الدول العربية.

ويجب علينا أيضاً أن نأخذ بعين الاعتبار النتائج السلبية لهذا الارتباط والتشابك بين وسائل الاعلام المختلفة، فالملكية الجماعية أو الادارة الجماعية قد تعيق نمو وسائل اعلامية أخرى أصيلة وهامة. كما أن الاشتراك في الخدمات التقنية بين وسائل الاعلام المختلفة قد يسبب في النهاية اعتناقها لنفس الآراء. لذا يجب على المخطط أن يقدر ما للعلائق المترابطة والوثيقة بين وسائل الاعلام المختلفة من فوائد وما عليها من مآخذ.

وفي دول العالم العربي يجب أن نبذل جهداً خاصاً للحيلولة دون تقدم التكنولوجيا تقدماً يجعل عالمنا العربي عاجزاً عن السيطرة عليها من الناحية الاقتصادية، أو من الناحية الانسانية. فعلى السياسة الاعلامية هنا أن تجعل من التكنولوجيا خادمة للانسان في حقل بناء وتطوير وسائل الاعلام. وقد برهنت الخبرة أن الصعوبة الحقيقية هي في ما يمكن تسميته اندماج التكنولوجيا مع البنية الاجتماعية، فاعتماد التكنولوجيا يتسبب بنمط جديد في العمل وباسلوب جديد أيضاً في الانتاج وحتى بمحتوى جديد. وهذه التكنولوجيا غالباً ما تكون مستوردة من بلدان صناعية متقدمة جداً، وهي لا تلائم بالضرورة ثقافة البلد الذي تنقل إليه ولا طريقة معيشته. من هنا يجب على العالم العربي أن يكيّف التكنولوجيا المستوردة مع حاجاته الخاصة ومع أوضاعه.

وقد تزداد فعالية الكثير من البرامج الانمائية إذا ما رافقتها نشاطات اعلامية منظمة، وهذه النشاطات قد تزيد الكلفة الاجمالية لهذه البرامج غير انها كثيراً ما تفسح في المجال لتوزيع الخدمات على عدد أكبر من

الناس، وبذلك تخفض كلفة الشخص الواحد في البرنامج، كما انها قد تحسن نوعية الخدمات التي تقدم بكلفة أقل نسبياً. فمثلاً إذا ما اردنا زيادة فرص التعليم لنسبة أكبر من الشعب يلزمنا عادة بناء عدد أكبر من الكليات، غير انه بامكاننا أن نحقق هذا الهدف عن طريق انشاء نظام اعلامي يربط بين الطلاب والاساتذة ومصادر المعرفة.

وكثيراً ما تؤدي اعادة تنظيم الموارد الموجودة والمستخدمة استخداماً ناقصاً الى أرباح انتاجية مهمة فمثلاً يمكننا أن نستعمل تسهيلات البث التجارية في غير ساعات البث القصوى من أجل تسجيل أشرطة تربوية صوتية ضوئية (بواسطة الفيديو) تعرض فيما بعد في المدارس، وهذا الاستخدام يكون عندئذ أقل كلفة من انشاء محطات بث تربوية مستقلة، خاصة عندما تكون الحاجة إلى أقنية متعدّدة.

والثورة الاعلامية الحديثة تفرض على الذين يستخدمون التكنولوجيا الاعلامية أن يبقوها دوماً حديثة وجديدة. فما كان بالامس غير ممكن الوصول اليه تقنياً أو اقتصادياً قد يصبح اليوم معقولاً وعظيم الجاذبية في الغد، وقد تكون التغطية التلفزيونية للسكان المتوزعين على أماكن بعيدة ونائية، كما في المملكة العربية السعودية والجزائر مثلاً، غير جذابة اقتصادياً بواسطة البث الأرضي غير أن هذه التغطية ممكنة وأكثر جاذبية بواسطة البث عن طريق الاقمار الاصطناعية. والبث التلفزيوني التربوي المتعدد الاقنية الكثير الكلفة والذي يحتاج الى قدر مفرط من التوتر الطيفي قد يكون معقولاً إذا ما استخدمت انظمة تلفزيونية تعتمد على الكابل الذي يؤمن عدداً كبيراً من الاقنية بكلفة معقولة ويغني عن استعمال طيف البث.

## التكامل الاعلامي على المستويين القطري والقومي

ان القول بسياسة اعلامية عربية وبتخطيط اعلامي يجب ألا يعني فقط التوجيه المركزي بل يجب أن ينظر اليه على انه اسلوب للتطوير والتنسيق العقلاني للنشاطات الاعلامية المختلفة في العالم العربي. فالتخطيط الاعلامي الصحيح يفتح المجال أمام اقتراحات بديلة ممكنة ويسمح بالمرونة والتجديد كما انه يتيح كامل الفرص للابداع. وكذلك فرص التنسيق بين مختلف النشاطات والمؤسسات الاعلامية العربية. ولا بد من التنويه هنا انه خلال العقد الماضي انطلقت مؤسسات عربية عديدة هدفها تنسيق العمل الاعلامي العربي، أهمها: ادارة الاعلام في المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، والرابطة العربية لمعاهد التدريس والتدريب الاعلامي. والمركز العربي للتدريب الاذاعي والتلفزيوني التابع لاتحاد إذاعات الدول العربية، والمعهد القومي للصحافيين العرب التابع لاتحاد الصحافيين العرب، والمركز العربي للدراسات الاعلامية، وأخيراً المركز العربي لبحوث الاعلام والتوثيق الذي هو الآن في مرحلة الانشاء.

غير أن نشاطات هذه المؤسسات العربية، على قلتها، مشتتة وتفتقر جهودها للتكامل على المستويين

القطري والقومي، وذلك يعود بالدرجة الأولى الى عدم وجود اتفاق على المستوى السياسي العربي على الأهداف الاعلامية. فالمؤسسات الاعلامية يلزمها اتفاق سياسي على الأهداف كي تنسق فيما بين النشاطات العربية الاعلامية. وفي غياب مثل هذا الاتفاق السياسي تبقى توصياتها وخططها مجرد تقارير تكدس في الادراج أو على الرفوف كما هو حاصل الآن.

ويضاف الى فقرنا للقرارات السياسية اللازمة للتخطيط والتنسيق الاعلامي قلة المؤسسات العربية للبحث العلمي في مجال الاعلام التي هي اساسية لجمع المعلومات العلمية التي تبنى عليها أية خطة أو سياسة اعلامية عربية وهذا الأمر يعود إلى عدم توفر الامكانيات البشرية والمادية والفنية اللازمة لايجاد مثل هذه المؤسسات للبحث العلمي.

ولاعطاء فكرة عن فقرنا للامكانيات البشرية الاعلامية وللتنسيق والتخطيط الاعلامي يكفينا أن ننظر الى وضع تدريس الاعلام في العالم العربي. ففي تقرير، مبني على دراسة ميدانية أجراها الدكتور أحمد حسين الصاوي، من الجامعة الاميركية في القاهرة، والاستاذ حمدي قنديل، من منظمة اليونسكو، للرابطة العربية لمعاهد التدريس والتدريب الاعلامي، نرى أن الوسائل الموجودة لدى معاهدنا الاعلامية تقصر دون الغايات التي نسعى اليها. فهنالك، أولاً، نقص كبير في هيئات التعليم والتدريس، نقص نوعي ونقص كمي، وهنالك أيضاً نقص في اجهزة التدريب العلمي ونقص في المؤلفات والمراجع العلمية في الدراسات الاعلامية.

والنقص النوعي في هيئات التعليم هو أخطر ما نعانيه، فمعظم اساتذة الاعلام في معاهدنا غير متخصصين علمياً في حقل الاعلام بل هم على الأرجح اما ممن مارسوا مهنة الصحافة، مكتوبة كانت أم مسموعة، أو ممن تمكنوا من لغة كتابة أو خطابة -- وهذا يعود الى أن مجتمعنا لا يزال حتى اليوم يتأثر بالعقلية العثمانية القديمة فكل من أجاد الخطابة والكتابة فهو «اعلامجي» يحق له أن يمارس الاعلام، بل أن يحاضر فيه.

## ضعف المناهج الاعلامية العربية

ونتيجة لهذه النوعية في هيئاتنا التعليمية كانت لنا مناهج ضعيفة وغير مدروسة، بل أن معظمها مستعار من مناهج معاهد أخرى. وكذلك المواد التي نقررها لطلابنا مواد غير مترابطة بعضها ببعض. فالمواد التي لها علاقة بمجتمعنا «ترقّع» مع المواد المستوردة. وغالبية هذه المواد ليست اساسية في اعداد رجال اعلام بالمعنى الصحيح. وفي الوقت نفسه نرى غالبية المواد التي يجب أن تكون اساسية لاعداد رجال اعلام المستقبل مهملة، كالتخطيط الاعلامي، ووسائل الاعلام التقليدية، ودور الاعلام في التنمية الوطنية،

وغيرها. حتى ان تاريخ الصحافة العربية بمحتواه الصحيح مهمل وغير مقرر. وكذلك فان تدريس مواد الاعلام في معاهدنا يفتقر الى ربط هذه المواد بمجتمعنا. فتدريس مادة دور الاعلام في المجتمع الحديث، مثلاً، يتطلب معرفة مجتمعنا العربي وتفاعله مع وسائل الاعلام العربية، وتدريس مادة دور الاعلام في التنمية الوطنية يتطلب، في ما يتطلب، معرفة مشاكل التنمية في المجتمعات العربية. حتى أن تدريس مادة متخصصة كالهندسة الاذاعية يستلزم معرفة المجتمع لربط تقنية الاذاعة بحاجات هذا المجتمع.

ولكي نستطيع تحديد ما نحتاجه والتمكن من وضع مناهجنا واساليبنا حسب حاجاتنا وتطلعاتنا لا بد لنا من البدء من مسح الامكانيات البشرية اللازمة لمؤسساتنا الاعلامية الحالية والمستقبلية وتحديد الحاجات التي تتطلبها برامجنا الانمائية. وهذا العمل يساعدنا على وضع سياسات تربوية اعلامية صحيحة تسمح بالتنوع، شرط أن يؤدي هذا التنوع الى التكامل لا التماثل في المنطقة العربية الواحدة.

## التخطيط الاستراتيجي والتخطيط التطبيقي

هذا على مستوى تدريس الاعلام في العالم العربي. أما على المستوى الاجتماعي الشامل للنشاطات الاعلامية فلا بد للمخطط العربي الذي يسعى لوضع خطط وسياسات اعلامية عربية من أن يجمع معلومات اساسية عن وسائل الاعلام في المجتمع، منها: من يحكم ويتحكم بوسائل الاعلام مراعياً التالي: ما هي موارد هذه الوسائل وما هي مصادر هذه الموارد؟ ما هي الحاجات التي تسدها وسائل الاعلام وما هي الحاجات التي لا تسدها؟ ما هي الجماهير التي تصلها وسائل الاعلام المختلفة؟ وما هي الجماهير التي لا تصلها هذه الوسائل؟ الخ...

وللتخطيط وجهان: تخطيط استراتيجي وآخر تطبيقي. والتخطيط الاستراتيجي يحدد السبل البديلة لبلوغ الاهداف البعيدة المدى ويحدّد الاطار النظري للتخطيط التطبيقي القصير المدى. وهذا التخطيط الاستراتيجي يترجم أهداف السياسات الاعلامية العربية العامة الى أرقام وموازنات واساليب عمل منظمة. وبما أن القرارات المختصة بتنفيذ التكنولوجيا الاعلامية واقامة بنيتها سيبقى تأثيرها لسنوات عديدة قادمة فمن المهم أن توضع ضمن اطار خطة استراتيجية عربية طويلة المدى، فادخال التلفزيون الى بلد ما، مثلاً، أو البناء التدريجي لشبكة من الاتصالات الاعلامية، واستعمال الاقمار الاصطناعية في الاعلام، كل هذه لها أثر على مستقبل الاعلام العربي على المدى الطويل.

أما التخطيط التطبيقي فهو الذي يترجم السياسات والخطط الاستراتيجية عن طريق تجيير المصادر المادية والانسانية الى انظمة ادارية وتنفيذية والى طرق عملية للانتاج والتوزيع وللتنسيق مع الوسائل الأخرى. وهذا التخطيط التطبيقي يشمل انتقاء أفراد القوى العاملة وتدريبهم والتعاون مع الاختصاصيين أو المؤسسات التي

تساهم في الخدمات الاساسية كالمؤسسات التكنولوجية والصناعة والخدمات المتعلقة بالاحصاء، والابحاث الخ...

والتخطيط الاستراتيجي والتخطيط التطبيقي هما عملية واحدة مستمرة وليسا مجرد وضع خطط، ففي الوقت الذي تكون فيه خطة من الخطط في حالة التطبيق تكون الخطة الثانية في مرحلة التحضير.

**(هـ) متطلبات التخطيط الاعلامي وتوصيات تطبيقية**

تتطلب صياغة السياسات الاعلامية معرفة وتحديد ثلاثة امور اساسية: أولاً، المجال الجغرافي والانساني لكل الانظمة الاعلامية، وثانياً، القيم أو المبادئ والقوانين التي تمثل طبيعة ووظائف وحاجات المجتمع والتي توجه سلوك النظام الاعلامي، وأخيراً، العناصر الانسانية والمادية التي يمكن تطويعها للنظم الاعلامية والتي يمكن أن تعتمد كمقومات أساسية للسياسات الاعلامية وللتخطيط الاعلامي.

ولا بد هنا من التشديد على أهمية العناصر الانسانية في التخطيط الاعلامي العربي. ان في تدريب هذه العناصر مسؤولية لا يمكن أن تترك للمبادرة الفردية فقط، فعلى المخطط تحديد عدد الاختصاصيين الذين ينبغي تدريبهم ونوعيتهم ومستوياتهم، وذلك كجزء لا يتجزأ من السياسة الاعلامية العربية العامة، ويجب ألاّ ينحصر التدريب بمهارات الانتاج والتوزيع بل عليه أيضاً أن يعنى عناية خاصة بحاجات كل دولة عربية إلى الباحثين وإلى المدربين في حقل الاعلام.

كما أن التخطيط الصحيح يتطلب تخصيص الموارد من أجل الاستثمار والتطبيق، وبمقدار ما تخضع هذه الموارد للتوجيه المركزي والعام فان استراتيجية التخطيط الاعلامي العربي يجب أن يكون جزءاً من التخطيط الاجتماعي والاقتصادي العربي العام. أما اذا ترك التخطيط الاعلامي لوزارات الاعلام أو ما يعادلها فسيبقى هنالك خوف من أن يظل الاعلام خارج عملية التنمية الاجتماعية الاقتصادية ككل.

وبما أن التخطيط الاعلامي يتطلب قرارات جذرية لها علاقة بمجالات اختصاص عديدة فانه من المستبعد أن يتم التخطيط بصورة صحيحة إلاّ من قبل مجلس عام للتخطيط أو من قبل هيئة مشتركة تجمع اختصاصيين من وزارات عدّة. والتخطيط الاعلامي لا يعني فقط السلطات الحكومية وحدها بل يشمل أيضاً جميع الانظمة الاعلامية العامة والخاصة.

ولكي يتم التخطيط بطريقة مستمرّة وشاملة في العالم العربي لا بد من انشاء مجالس وطنية (قطرية) للبحث والتخطيط الاعلامي تناط بها مسؤولية الاشراف على مسح الامكانيات البشرية اللازمة لمؤسساتنا الاعلامية الحالية والمستقبلية، وتحديد الحاجات التي تتطلبها برامجنا الانمائية، ووضع الخطط والسياسات

الاعلامية على المستوى الوطني، والتنسيق بين المؤسسات التي تقوم باجراء البحوث والمؤسسات التي تستفيد منها. ولضمان نجاح هذه المجالس لا بد لها من أن تجمع بين المؤسسات والهيئات الاعلامية والمؤسسات المستفيدة من الابحاث والخطط الاعلامية.

ولتوفير سبل التنسيق والتعاون الاعلامي بين الدول العربية نحتاج الى انشاء مجلس عربي عام للتخطيط الاعلامي يجمع بين ممثلي المجالس الوطنية ويساهم في ربط المنظمات والمؤسسات الاعلامية العربية الحالية في نظام تعاوني بحيث تستفيد من تجارب وخبرات بعضها وتوحد مفاهيمها وخططها كخطوة أولى نحو ايجاد استراتيجية اعلامية عربية يمكنها من مواجهة تحديات الثورة الاعلامية التي نواجهها.